



CONFINDUSTRIA

Marche | Ancona | Ascoli Piceno | Fermo | Macerata | Pesaro Urbino

Rassegna stampa

Rassegna stampa UIF

15/06/2017

La Selezione Stampa che state consultando e' una estrapolazione delle informazioni presenti nel Servizio "Press Release" del Sistema Infodata (<http://www.sistemainfodata.it>).

Per ogni necessita' potete inviare una e-mail a: staff@sistemainfodata.it

Grazie per aver scelto Infodata.

Realizzato da

INFODATA
the content providing company

MARCHE

2017/06/15

- (Corriere Adriatico) Le Marche verso la rinascita Con il turismo si può sperare (pag.1)
(Corriere Adriatico) Confindustria Marche Nord Presentazione ad Ancona (pag.3)

FERMO

2017/06/15

- (Corriere Adriatico) MONTEGRANARO La Russia c'è Ripartono gli acquisti delle scarpe (pag.4)
(Corriere Adriatico) Trasmessa in Russia per i 5 milioni all'ospedale (pag.5)

NAZIONALE

2017/06/15

- (Il Resto del Carlino) «Solo buone notizie dall'export E il mercato interno si è risvegliato» (pag.6)
(Il Sole 24 Ore) Italia partner privilegiato della Cina (pag.7)

Le Marche verso la rinascita Con il turismo si può sperare

Lo scostamento con le prime due settimane di giugno dell'anno scorso è di appena il -1%

ANCONA «Questo è l'anno zero per il turismo nelle Marche e vogliamo che si riparta con il piede giusto». Parola dell'assessore regionale al Turismo, Moreno Pieroni, che per la rinascita post terremoto punta a un obiettivo ambizioso: «Ripetere gli stessi numeri straordinari che avevamo ottenuto la scorsa estate, almeno fino al 24 agosto». E fin qui i numeri, appunto, sembrano far ben sperare: secondo una stima ancora approssimativa dell'assessorato, almeno nella zona costiera, lo scostamento rispetto allo scorso anno è di appena l'1% al ribasso sulle prime due settimane di giugno del 2016. Risultato non da poco, se si considera che, a gennaio, le previsioni per le strutture ricettive parlavano di prenota-

**L'obiettivo di Pieroni:
«Ripetere gli stessi
numeri straordinari
della scorsa stagione»**

zioni in crollo per il 70% in città in prossimità del cratere, come San Benedetto del Tronto, ma anche di riduzioni del 40% nella lontana Gabicce, quasi come se le intere Marche fossero diventate un buco nero per il turismo nazionale e internazionale. Ma i marchigiani, si sa, hanno la testa dura e non ci stanno proprio ad arrendersi e

così, come un'araba fenice, cercano di risollevarsi dalle ceneri di un terremoto senza precedenti ripartendo proprio da turismo e cultura e puntando su eventi creati ad hoc per promuovere in particolare le aree interne.

Obiettivo turismo

Dal Rapporto di Bankitalia sull'andamento dell'economia marchigiana, presentato pochi giorni fa dal direttore della sede di Ancona, Gabriele Magrini Alunno, e dal coordinatore dell'ufficio studi Giacinto Micucci, emerge il quadro non proprio brillante di una regione con un trend da crescita «lumaca», su cui hanno pesato gli effetti del sisma (il cratere è il 43,2% del territorio) che ha sottratto flussi turistici e ostacolato le attività economiche dei luoghi più vicini agli epicentri. Ma l'assessore Pieroni punta sul bicchiere mezzo pieno: «Siamo la prima regione in Italia per occupazione nel settore della cultura e, nell'ambito del turismo, stiamo mettendo in campo tutta una serie di strategie di promozione spinta. L'obiettivo: normalizzazione e sicurezza, senza far finta che il terremoto non ci sia stato. E i numeri indicano un forte contenimento nel calo delle prenotazioni, cosa che ci dà motivo di sperare in un'estate comunque in positivo».

Le strategie

E quali sono queste strategie messe in campo dalla Regione? Si parte con un investimento di almeno 2,5 milioni di euro di fondi europei Por-Fesr per la promozione e la comunicazione, cifra che è attualmente al vaglio della Giunta e che potrebbe quindi anche aumentare. «La programmazione è già pronta, aspettiamo solo che arrivino i soldi per farla partire - fa il punto Pieroni - innanzitutto, ci sono gli spot promozionali su tv e radio nazionali e sui canali regionali». Non quelli che hanno fatto infuriare parte dei marchigiani perché sembravano sponsorizzare solo la costa, ma «uno spot modificato per valorizzare l'intero territorio, anche attraverso i videoclip di cantautori di tutta Italia». Poi c'è il progetto *ViviAmoleMarche*, ideato da Maurizio Capponi, che nasce con un obiettivo ambizioso: fondere in un'unica campagna di comunicazione le eccellenze umane, culturali, artistiche, architettoniche, paesaggistiche, enogastronomiche, sportive, economiche della nostra regione.

Turismo e cultura

Altro tassello fondamentale nella mappatura delle strate-

**Un investimento di 2,5
milioni di fondi europei**

per promozione e comunicazione

.....

gie messe in campo dalla Regione per promuovere il turismo è il tandem con la cultura. Da luglio a fine anno sono previste cinque mostre, gestite da palazzo Raffaello, per valorizzare i capolavori artistici salvati dalle zone colpite dal sisma, a cui sarà abbinata anche la

vendita dei prodotti enogastronomici delle aree interne. Gli eventi vedranno la partecipazione di persone assunte in loco, anche per dare un segnale positivo all'occupazione, considerando che il turismo è il secondo volano economico regionale dopo il manifatturiero. La prima mostra, "Capolavori Sibillini. L'Arte dei luoghi feriti dal sisma", è già stata inaugurata lo scorso febbraio

alla presenza del ministro ai Beni Culturali, Dario Franceschini, e raccoglie un centinaio di opere provenienti da otto comuni delle aree terremotate: Montefortino, Monte Falcone Appennino, Smerillo, Monte Rinaldo, Montelparo, Montalto delle Marche, Loro Piceno, San Ginesio.

Martina Marinangeli



Caldo e poca pioggia Il mix che aiuta

◆ Il turismo costiero guarda con ottimismo al futuro anche grazie a un'estate partita col piede giusto. Un inizio di giugno bollente, con le massime superiori di 4,6 gradi alla media del periodo e piogge praticamente azzerate. La temperatura media massima ha raggiunto il record di 28,1 gradi, contro i 23,5 del periodo, ma anche le minime si sono alzate di netto (+2,8 gradi).



I borghi ripartono da Neri Marcorè

◆ Promozione del territorio ad hoc nelle aree interne. Il fulcro del rilancio dei borghi sfregiati dal sisma sarà Risorgimarche, una serie di concerti nelle zone terremotate ideata e promossa da Neri Marcorè, ma attorno agli eventi ci sarà un impianto di promozione del territorio che passa per l'enogastronomia e il rilancio del cuore culturale dell'interno.

Confindustria Marche Nord Presentazione ad Ancona

ANCONA

● Oggi alle 11 e 30
nella sede di
Confindustria
Ancona verrà
presentato il
progetto
aggregativo
Confindustria
Marche Nord.
All'incontro
interverranno il
presidente
Claudio
Schiavoni, il vice
presidente
Vicario
Gianfranco Tonti,
il dg Salvatore
Giordano e il vice
dg Filippo
Schittone.



La Russia c'è Ripartono gli acquisti delle scarpe

MONTEGRANARO La Russia riprende ad acquistare le scarpe del Fermano e torna ad essere il primo mercato. La notizia che tutti speravano è diventata realtà. Secondo i dati dell'export relativi al primo trimestre 2017 diffusi dall'Istat, l'export di scarpe partito dalla provincia di Fermo e arrivato in Russia è aumentato del 27,27% passando dagli oltre 228 milioni di euro del 2016 ai quasi 291 del periodo gennaio-marzo di quest'anno.

E' la buona notizia dell'export calzaturiero fermano che però, complessivamente, resta in linea con l'andamento lento del primo trimestre 2016. Fortunatamente, la leggera oscillazione è in terreno positivo: +1,67%. Tra i paesi che hanno incrementato i loro acquisti di scarpe made in Fermano, oltre la Russia troviamo la Svizzera (quasi 130 milioni di euro) con un aumento di quasi il 20%. Hanno sede in Svizzera, per convenienza fisca-

le, sia alcune maison del lusso e sia alcuni player dell'e-commerce. L'aumento dell'export verso la Confederazione Elvetica dimostra anche che più aziende fermane rispetto al passato si rivolgono agli e-tailer di scarpe per aumentare le vendite. La Russia, per il valore sviluppato, è la notizia più confortante del primo trimestre 2017 ma non oscura la performance della Corea del Sud il cui import da Fermo è cresciuto poco meno del 37%.

Bene anche la Cina 16,62%. Peccato che il suo gemello Hong Kong non faccia altrettanto e perda oltre l'11%. E ora le noti dolenti. Il tonfo maggiore lo compie l'Olanda, che perde quasi il 18%, e anche la vicina Germania, roccaforte dell'export Fermano, tira il fiato e fa segnare un arretramento del 5,5%, probabilmente anche a causa di alcuni retailer locali in difficoltà. Per restare in Europa, il primo tri-

mestre certifica la crisi della Francia (-8%), il rallentamento della Spagna (-5,52%) mentre fa fatica anche il mercato statunitense che registra un -4,54%. Fa bene all'export il salone fiorentino Pitti Uomo che ieri ha archiviato il secondo giorno. Domani la chiusura. Dopo le prime battute un po' a rilento, la manifestazione è decollata.

«C'è stata una partenza un po' lenta e probabilmente i motori si dovevano ancora scaldare» è l'impressione di Rocco Pistonesi del brand Rocco P di Torre San Patrizio dopo poche ore dall'apertura di Fortezza da Basso. «Lo scopo della presenza al Pitti è riuscire a catturare qualche cliente» dice Arturo Venanzi della Franceschetti di Montegranaro.

Massimiliano Viti



Trasferta in Russia per i 5 milioni all'ospedale

Donazione della Rosneft
Ora c'è la firma ufficiale



La stretta di mano fra Luca Ceriscioli e Igor Sechin

LA SANITÀ

AMANDOLA Il presidente della Regione, Luca Ceriscioli, ieri a Mosca. In mattinata è stato sottoscritto un accordo tra la Regione e la compagnia petrolifera Rosneft, nella sede centrale

della compagnia petrolifera, per la donazione di 5 milioni per contribuire al nuovo ospedale di Amandola. Ha firmato con il presidente il presidente di Rosneft, Igor Sechin.

La giunta regionale ha già approvato lo schema di contratto che stabilisce la destina-

zione della somma e rende effettiva la donazione. Nella delegazione anche il sindaco di Amandola Adolfo Marinangeli. «La ricostruzione delle strutture sanitarie - ha detto Ceriscioli - ha carattere prioritario».





L'AZIENDA LORIBLU HA PARTECIPATO ALLA PREMIAZIONE DEL CIAK D'ORO 2017 CON SARA CUCCÙ CHE HA AVUTO IL PIACERE DI PREMIARE LA CELEBRE ATTRICE MICAELA RAMAZZOTTI, VINCITRICE, ANCORA UNA VOLTA, DI UN IMPORTANTE RICONOSCIMENTO PER LA MAGISTRALE INTERPRETAZIONE NEL FILM 'LA PAZZA GIOIA', DIRETTO DA PAOLO VIRZI. LA CERIMONIA SI È TENUTA A ROMA, NELLA PRESTIGIOSA LOCATION DEL LINK CAMPUS UNIVERSITY DI FRONTE AD UN PRESTIGIOSO PARTNER COMPOSTO DA ATTORI, REGISTI, SCENEGGIATORI, OPERATORI E GIORNALISTI DI SETTORE. SARA CUCCÙ HA POTUTO COSÌ PREMIARE, CON UNA SPECIALE TARGA FIRMATA LORIBLU, LA BELLISSIMA MICAELA RAMAZZOTTI

L'AZIENDA Loriblu ha partecipato alla premiazione del Ciak d'Oro 2017 con Sara Cuccù che ha avuto il piacere di premiare la celebre attrice Micaela Ramazzotti, vincitrice, ancora una volta, di un importante riconoscimento per la magistrale interpretazione nel film 'La Pazza Gioia', diretto da Paolo Virzi. La cerimonia si è tenuta a Roma, nella prestigiosa location del Link Campus University di fronte ad un prestigioso partner composto da attori, registi, sceneggiatori, operatori e giornalisti di settore. Sara Cuccù ha potuto così premiare, con una speciale targa firmata Loriblu, la bellissima Micaela Ramazzotti

«Solo buone notizie dall'export E il mercato interno si è risvegliato»

Iachini (La Repo) dopo la fiera di Riva del Garda: «Tanti acquirenti»

Si è conclusa a Riva del Garda l'88ª edizione di Expo Riva Schuh, classica fiera delle calzature particolarmente importante per il mercato tedesco. Da lì giungono interessanti indicazioni sull'andamento del mercato per le imprese marchigiane.

Vittorio Bellagamba
S. ELPIDIO A MARE (FERMO)

POMPEO IACHINI è il titolare, insieme al fratello Remigio, de La Repo di Sant'Elpidio a Mare.

Quali indicazioni da Riva del Garda?

«La fiera di Riva del Garda è particolarmente indicativa per individuare quelli possono essere gli scenari che caratterizzeranno il settore calzaturiero nei prossimi mesi».

Perché?

«Expo Riva Schuh è tradizionalmente la fiera di riferimento per i mercati del nord Europa che costituiscono ancora oggi per le aziende marchigiane le principali piazze commerciali. La caratteristica internazionale della rassegna è cresciuta negli ultimi anni anche a seguito della chiusura della fiera di Dusseldorf. Quindi i buyer tedeschi giungono sino a Riva del Garda o successivamente a Milano nel corso del Micam per fare gli ordi-

ni».

A quali compratori ci si rivolge a Riva del Garda?

«Le aziende che partecipano sono principalmente le aziende che fanno produzione di volume in grado di soddisfare, quindi, le richieste delle grandi catene distributive».

Cosa avete presentato?

«A Riva del Garda si presentano le prime collezioni per la stagione primavera estate 2018. Si presentano i nuovi fondi e le nuove tomaie. Le innovazioni che intendiamo apportare. È ovvio che cerchiamo di coniugare le nostre idee stilistiche con le esigenze dei nostri clienti.

Dal confronto nascono poi quelle modifiche che porteranno le aziende a definire le collezioni».

Come sono state giudicate le innovazioni stilistiche presentate?

«Abbiamo registrato un grande interesse. La nostra capacità nel 'saper fare' è ormai un tratto distintivo apprezzato da tutti. E si trasforma anche in un importante fattore competitivo sui mercati».

Quali sono le indicazioni emerse da Expo Riva Schuh?

«La fiera è andata bene e soprattutto abbiamo notato che i compratori stranieri sono tornati a fare gli ordini in maniera rilevante».

Da quali paesi sono giunti i buyers?

«Per quello che ci riguarda abbiamo ricevuto la visita di compratori provenienti soprattutto dall'Europa del nord anche se non sono



L'edizione di Expo Riva Schuh si è conclusa con 11.224 visitatori e con espositori provenienti dall'est. In linea con l'edizione di giugno 2016.

mancati gli operatori della Francia e della Grecia».

Il mercato italiano?

«Quest'anno abbiamo registrato un rinnovato interesse da parte dei clienti italiani che sono tornati ad acquistare. Un segnale importante per noi che per anni abbiamo registrato un mercato interno che soffriva particolarmente la crisi economica».

Moderato ottimismo?

«Sicuramente sia per quanto riguarda il mercato estero e sia per il risveglio del mercato interno».



FRATELLI Pompeo e Remigio Iachini del calzaturificio La Repo



Italia partner privilegiato della Cina

Marzio Bartoloni

L'Italia si conferma sempre più come uno dei partner privilegiati dalla Cina nella nuova via della seta, la strategia «one belt one road» su cui Pechino sta puntando per ribadire il suo ruolo di protagonista del commercio mondiale.

Ieri è arrivato un nuovo segnale dell'attenzione del gigante asiatico verso Roma che ha ospitato un forum italo cinese organizzato dalla Shanghai municipal commission of commerce, in collaborazione con l'Agenzia Ice. Un Forum che ha visto la partecipazione di decine di imprese cinesi e oltre un centinaio di aziende italiane in settori particolarmente importanti per le esportazioni: non solo quelli più tradizionali di moda, design, gioielli, tessile-abbigliamento ma anche impiantistica, aeronautica e aerospazio, robotica, telecomunicazioni, e-commerce, infrastrutture portuali e parchi industriali. Il forum che si è concluso con la sigla di

PROTAGONISTI

Accanto ai campioni tradizionali dell'export (moda, design, tessile) si fanno avanti impiantistica, aerospazio, robotica e tlc

quattro accordi economico-commerciali ha visto la presenza di uno degli astri nascenti della politica cinese: Han Zheng, segretario del partito comunista di Shanghai e candidato autorevole a diventare uno dei 7 membri dello standing committee del politburo che rappresenta i leader più influenti del Paese. Zheng ha incontrato in mattinata il premier Paolo Gentiloni (nei prossimi giorni è atteso a Firenze, Genova e Torino) e più tardi durante il forum ha sottolineato la lunghissima storia di amicizia con l'Italia - recentemente confermata dalla visita del Presidente Mattarella a febbraio, seguita a metà maggio da quella del premier Gentiloni - indicando tre fronti fondamentali nella collaborazione tra i due Paesi: lo sviluppo della collaborazione nella ricerca e nella tecnologia, in particolare nei comparti

dell'aeronautica e dell'aerospazio, l'impegno a incrementare gli scambi commerciali e il rafforzamento della collaborazione culturale, compresa la circolazione di studenti. «La Cina è uno dei paesi chiave per l'internazionalizzazione delle imprese italiane con un grande potenziale ancora inespresso per il Made in Italy, solo nel 2016 il nostro export è cresciuto di oltre il 6% nel 2016», ha ricordato il sottosegretario allo Sviluppo economico Ivan Scalfarotto (in visita in Cina 7 volte negli ultimi 11 mesi) che ieri ha incontrato anche una delegazione guidata dal vice ministro cinese del Commercio sul tema delle barriere e della proprietà intellettuale. «Dobbiamo puntare - ha aggiunto Scalfarotto - a instaurare rapporti sempre più durevoli e di fiducia tra gli imprenditori italiani e quelli cinesi e lavorare insieme alle istituzioni locali per risolvere le questioni relative alla proprietà intellettuale e appianare le ancora esistenti barriere di accesso al mercato interno».

Per il direttore del Coordinamento marketing dell'Ice, Antonino Laspina il made in Italy «è

sempre più protagonista dell'economia cinese grazie soprattutto ai settori del tessile abbigliamento, dell'arredamento, del farmaceutico, dell'automotive e dell'agroalimentare con un occhio di riguardo al vino». Infine Riccardo Maria Monti, chairman Italferr di Ferrovie dello Stato ha ricordato le ampie opportunità per le nostre imprese nei «grandi progetti infrastrutturali e logistici, così come nelle tecnologie per l'ambiente sulle quali la Cina è pronta a grandi investimenti».

Gli accordi conclusi ieri durante il Forum sono stati firmati in particolare tra Shanghai Zhenhua (gigante cinese nell'impiantistica) con Apmt Vadoligure; Ccui con Alpi Aviation; Shanghai fashion education centre con l'Istituto Marangon; Giuggiaro Architecture con Shanghai Taopu technology smart city.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

